

**Rewe y Clava, Signos Mapuches:  
Estrategias de Acción Icónicas de las Organizaciones Mapuches**

*Pedro Mege*

**Resumen:**

Las organizaciones mapuches han generado una estrategia visual para la conformación de una etnicidad por medio del diseño de iconos, que las identifican étnicamente, y que por medio de diferentes técnicas de divulgación, se han legitimado como los símbolos de lo mapuche. Frente a una enorme producción iconológica, se descubre que los componentes elementales de esta iconología son un número muy limitado, que llamaremos iconos claves, los que se combinan de una manera casi ilimitada en toda suerte de soportes. Esta investigación se abocó en identificar y comprender los mecanismos y procesos de este fenómeno de iconización de la etnicidad mapuche, que opera inicialmente dentro de los espacios en que habitan las organizaciones mapuches.

La eficacia de esta estrategia de instauración icónica de lo mapuche ha logrado tal éxito en su divulgación que, la sociedad chilena los reconoce plenamente y los retroalimenta a su vez en nuevas imágenes, que esta recompone en múltiples escenarios, exhibiéndolas como los verdaderos iconos de lo mapuche.

**Rewe and clava, mapuches signs: iconic strategies of action of mapuches organizations.**

**Abstract:**

Mapuche organizations have generated a visual strategy for the conformation of an ethnicity through the design of icons, which identify them ethnically, and which have been legitimized as symbols of the Mapuche through different dissemination techniques. Faced with an enormous iconological production, it is discovered that the elemental components of this iconology are a very limited number, which we will call key icons, which are combined in an almost unlimited way in all kinds of supports. This research focused on identifying and understanding the mechanisms and processes of this phenomenon of iconization of Mapuche ethnicity, which initially operates within the spaces in which Mapuche organizations live.

The effectiveness of this iconic strategy of establishing the Mapuche has achieved such success in its dissemination that Chilean society fully recognizes them and in turn feeds them into new images, which it recomposes in multiple settings, exhibiting them as the true icons of the Mapuche.

Las organizaciones mapuches han generado una estrategia visual para la conformación de una imagen de etnicidad por medio del diseño de una iconología inédita, novedosas, o se han apropiado de iconos extraños, extranjeros, para hacerlos suyos. Son iconos que los identifican étnicamente, y que por medio de diferentes técnicas de divulgación e implantación, se han legitimado como los iconos de lo mapuche para ellos mismos, y para el resto.

Nuestra presente investigación descubrió, que frente a una enorme producción iconológica desarrollada por las organizaciones, la que genera el efecto de una gran diversidad de símbolos, se descubre que esta estrategia reproductiva se basa fundamentalmente en ciertos componentes elementales, en un número muy limitado de iconos. A este limitado universo simbólico estará compuesto por lo que llamaremos como iconos claves.

Hemos definido la pertinencia de los iconos que analizaremos en un trabajo anterior (Mege 2000), en donde la iconología a estudiar estaría constituida por lo que llamamos iconos fijos, "son los que descansan en un soporte fijo, que no necesitan de una secuencia de tiempo para ser vistos, que no requieren de una duración prefijada, ni de una secuencia predeterminada para su exposición (emisión) y para su visualización (recepción), son a-sintagmáticos, operan de manera asociativa. Es decir, que basta con una mirada, instantánea, para lograr su aprehensión, para su semiosis. Son los iconos visuales, que llamaremos, expositivos" (Mege 2000: 2). Son principalmente: afiches, murales, cuadros, fotografías, monumentos y objetos paralizados de su función práctica.

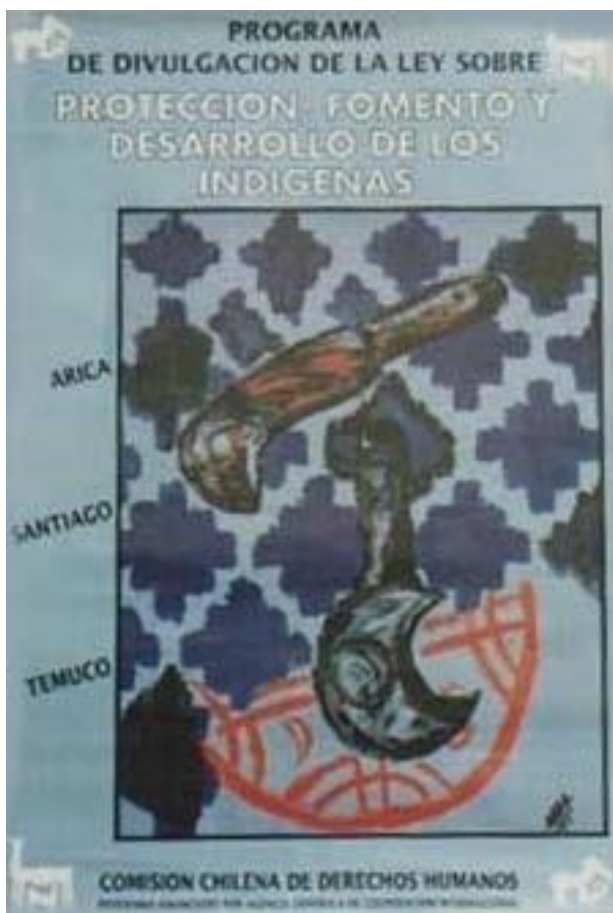
Estos íconos fijos, se recombinan a gran escala, formando complejos icónicos, los que llamaremos estructuras complejas, y que además, se instalan en grandes cantidades y en un sin número de lugares públicos y privados (Leach 1978). Estos íconos claves, se combinan de una manera casi ilimitada, en toda suerte de soportes y sustancias, provocando un efecto de vastedad de la figuración, seleccionando y cristalizando ciertos tópicos que se hacen recurrentes, y que se transforman en la tradición mapuche, con sus iconos- de- la- tradición.

Esta investigación se abocó a la identificación y comprensión de los mecanismos y procesos de este fenómeno de iconización de la etnicidad mapuche, que se inaugura y opera inicialmente dentro de los espacios en que habitan o ocupan las organizaciones mapuches en la actualidad. La principal fuente de información correspondió a organizaciones ubicadas en la ciudad de Temuco, sin dejar de lado algunas de la ciudad de Santiago.

Hemos constatado que, la eficacia de esta estrategia de instauración icónica de lo mapuche ha logrado tal éxito en su instalación en las organizaciones, que su correlativa divulgación a la sociedad chilena, los ha hecho plenamente reconocibles como los iconos de lo mapuche, y que esta, a su vez, los retroalimenta en sucesivas instalaciones, legitimándolos como las imágenes de lo mapuche. La sociedad chilena, por su lado, los recompone en múltiples soportes y escenarios, exhibiéndolos como los verdaderos íconos de lo mapuche.

## ICONOS ACTIVOS

Semiológicamente descubrimos que el mensaje de los iconos, su efectividad, no se basa en la coherencia de su información, en el peso de su significación, sino que en el acto de su expresión. Cabrían dentro de lo que John L. Austin (1998: 47- 48) denomina para el fenómeno lingüístico, como realizativos del habla. Este neologismo austiniano "deriva, por supuesto, de 'realizar', que es el verbo usual que se antepone al sustantivo "acción". Indica que emitir la expresión es realizar una acción y que ésta no se concibe normalmente como el mero decir algo"(1998: 47).



De ahí el título de esta ponencia: "rewe y clava, símbolos mapuches". Dos iconos vastamente usados por las organizaciones para simbolizarse. Todos saben, mas o menos que es un rewe, quien lo utiliza, cuando y para qué; en cambio, nadie sabe para que se utiliza una clava, ni siquiera tiene nombre en mapudgungún, ¿será un signo de poder?, ¿utensilio femenino o masculino?, ¿de una cultura anterior a la mapuche? Nadie lo sabe, pero ambos son evidentemente mapuches. Su valor semiótico esta claramente en la utilización

del signo de una manera especial, en su actividad, por parte de las organizaciones.

El valor de estos iconos está dado por el hecho de ser expresados por una organización mapuche en un determinado espacio y tiempo, logrando un efecto de identidad, en este caso étnica. El icono, no informa tanto - ni menos exhaustivamente- sobre los mapuches, sino que, hace y conforma en imágenes a lo mapuche. Lo que digan no es tan importante, como el acto mismo de decir, de devenir en una expresión genuina de las organizaciones mapuches.

Los iconos que instalan las organizaciones no enuncian una etnicidad, sino que la realizan al expresarla, la activan. Austin nos afirma la posibilidad de esta suposición: "Ha llegado a sostenerse corrientemente que muchas expresiones, que parecen enunciados, o bien no son formuladas en absoluto para registrar o suministrar información directa acerca de los hechos, o tienen ese propósito solo en parte" (1998: 42, 43). Evidentemente los iconos de etnicidad informan sobre esa cultura mapuche, pero su objetivo básico es afirmarla y divulgarlas, crear el efecto de la acción en la conformación de una etnicidad. Un ejemplo clarísimo de lo anterior, del sentido activo de los íconos de etnicidad de las organizaciones, son los iconos textiles, se usan con gran profusión, son identificados como mapuches, por mapuches y huincas, ¿pero que significan? Es una pregunta de difícil respuesta, hermética, pero el icono opera con plena efectividad.

Austin nos entrega lo característico de todas las expresiones realizativas: "no 'describen' o 'registran' nada, y no son 'verdaderas o falsas'; y el acto de expresar la oración es realizar una acción, o parte de ella, acción que a su vez no sería normalmente descrita como consistente en decir algo" (1998: 46). En este sentido, los iconos de las organizaciones se dirigen a desencadenar algún tipo de acción, algún efecto político, social o cultural, con una clara intención de movilizar, de vehicular la movilización por medio del signo. El decir algo, el mostrar algo, es fundamental a la acción, por lo que se elige tácticamente escribir el mapudgungun, que no todos los miembros de la organización entiendan cabalmente, o sólo hablan parcialmente; esto no es lo relevante, lo crucial es el acto de su expresión, su representación como icono, escribir en grafemas mapudgungun, con /k/, /ü/, /ng/, /w/, /x/, ...

Los actos de habla, estos actos de iconocidad, son especialmente eficaces en la construcción de una etnicidad por la importancia que adquiere el que ejecuta el acto de expresión y el contexto de su expresión. Austin nos aclara: "Hablando en términos generales, siempre es necesario que las circunstancias en que las palabras se expresan sean apropiadas, de alguna manera o maneras. Además, de ordinario, es menester que el que habla, o bien otras personas, deban también llevar a cabo otras acciones determinadas 'físicas' o 'mentales', o aun actos que consisten en expresar otras palabras" (1998: 49). En nuestro caso, la circunstancia apropiada es la actividad, reivindicatoria de la organización, coyuntura contestataria; las personas deben ser también las adecuadas, dirigentes y actores mapuches; y las acciones determinantes se traducen en el esfuerzo de revitalización de la cultura, la acción política y la conciencia del pertenecer a una etnia particular, con determinadas características y posesiones simbólicas, símbolos del predominio signifiante, semiótico (Benveniste 1978).

## TIPOLOGÍA ICONOLÓGICA

Las organizaciones mapuches llenan sus espacios con volúmenes y planos, no parece existir una estrategia definida en relación a los planos y a los volúmenes que son incluidos en los espacios que habitan u ocupan. Los íconos volumétricos los hemos definidos por su constitución en dimensiones de la visión: en tres dimensiones, la mirada se ve obligada a circundar al objeto- ícono; en dos dimensiones, los íconos planos, enfrentan la mirada, solo hay un juego de aproximación / distanciamiento en relación al objeto - ícono (esquema 1).


### Esquema 1: TIPOLOGÍA ICÓNICA BÁSICA

<p><b>Definiendo:</b> Desde la mirada, la estrategia del observar.</p> <p><b>Íconos volumétricos (escultórico):</b> Instrumentos: herramientas, armas, muebles... Artefacto: textil, cerámica, cestería, piedra, madera... Bandera: si hay lateralidad</p> <p><b>Íconos planos (pictórico):</b> Impresos monofaces: afiches, volantes, postales, cuadros, grabados Impresos bifaces: dípticos, trípticos, revistas, libros, postales Fotografías Murales Banderas</p>	
---	---

## ICONOS CLAVES

Se habla de símbolos claves (Ortner 1973), y que nosotros por razones de unidad y coherencia, llamamos iconos claves. Son íconos que nuclean significación y son la base de toda composición significativa. Permiten, además, la configuración de estructuras semióticas más complejas. Son verdaderos soportes de significación que sostienen los paradigmas representacionales desde significaciones elementales, semas. (esquema 2).

### Esquema 2: ICONOS CLAVES

<p><b>ELEMENTOS SOCIALES:</b> Machi (shaman) Weichafe (guerrero) Kultrun (tambor ritual)</p> <p><b>ELEMENTOS CULTURALES:</b> Rewe (poste ritual) (materia modificada) Ruka (casa) Clava (clava)</p> <p>Íconos textiles de: lama, trariwe y makuñ (materia domesticada) Kawellu (caballo)</p> <p>FOPI (canelo)</p> <p><b>ELEMENTOS NATURALES:</b> Pewen (araucaria) (materia salvaje) Degiñ (volcán) Kopiú (copihue)</p>	
---	---



## **ESPACIALIDAD ICÓNICA**

Los espacios apropiados y signados por las organizaciones para la instalación de sus iconos, no son idénticos, no son homogéneos, varían según sus características particulares, y definirán ciertas propiedades necesarias del icono. Una bandera variará en su función semiótica si está anclada a un muro dentro de una habitación, o si está flameando durante una marcha al aire libre. La primera significará - desde la perspectiva del mensaje (Mege 2000: 1,2), es el acto perlocucionario de Austin (1998: 32) - desde la etnicidad: un yo (peñi, lamñem)- nosotros (mapuche), y la segunda, un nosotros (mapuche) - ellos (winka).

Espacio e iconicidad se combinan en sutil juego de mutuas determinaciones (esquema 3).

### ESPACIALIDAD ICÓNICA

#### Espacios:

**Interiores (cerrados)** icono volumétrico

monumental (tamaño): Rewe icono plano

monumental :Banderas, murales **Exteriores**

#### (abiertos)

icono volumétrico monumental (tamaño):  
Chemamel Cerro Ñielo

icono plano monumental : mural, bandera,  
lienzos icono plano: panfleto, tarjeta de  
presentación



## **INSTALACIÓN ICÓNICA**

Los iconos son actualizados - puestos en acción (Austin, 1998 ) - a partir de un gesto de instalación semiótica.

En donde el icono es simplemente expuesto a la mirada, tal cual es, hablamos de presentación, que es la exhibición de un elemento pertinente a la cultura, puesto como ícono: "es el poner ahí". La representación es el intento de presentar al ícono desplazado en su significante, por ejemplo, la pintura de un rewe, en donde el rewe es re-presentado: "es el reponer ahí".

Al respecto Jack Goody nos hace, y afirma la distinción, entre presentar y el representar: "la re- presentación no es nunca presentación, no es nunca la presencia propiamente dicha, sino la ausencia más manifiesta. Me refiero, ante todo, al arte, al arte pictórico"(1999:11). Goody habla básicamente de "iconos figurativos" (1999: 26), y cuando las organizaciones representan un determinado icono por medio de otro, lo hacen en su ausencia. La fotografía de un lonko, no es el lonko, inclusive el lonko puede mostrar su foto, pero la presencia y representación del lonko suponen mecanismos semiótico distintos, el estar como icono, y el de figurar en un icono, enfrentan a la mirada a técnicas distintas (esquema 4).

### INSTALACIÓN ICÓNICA

**Presentaciones:**

**ELEMENTOS CULTURALES:**

Kultrun, Trutruka,  
Rewe, Cameyu

**ELEMENTOS NATURALES:**

Fopi, Pewen, Degiñ

**RE-PRESENTACIONES:**

Soportes:

Impreso: Iconos: Kultrun,  
Trutruka, Mujer y Hombre  
Mapuches

Murales: Iconos Makuñ

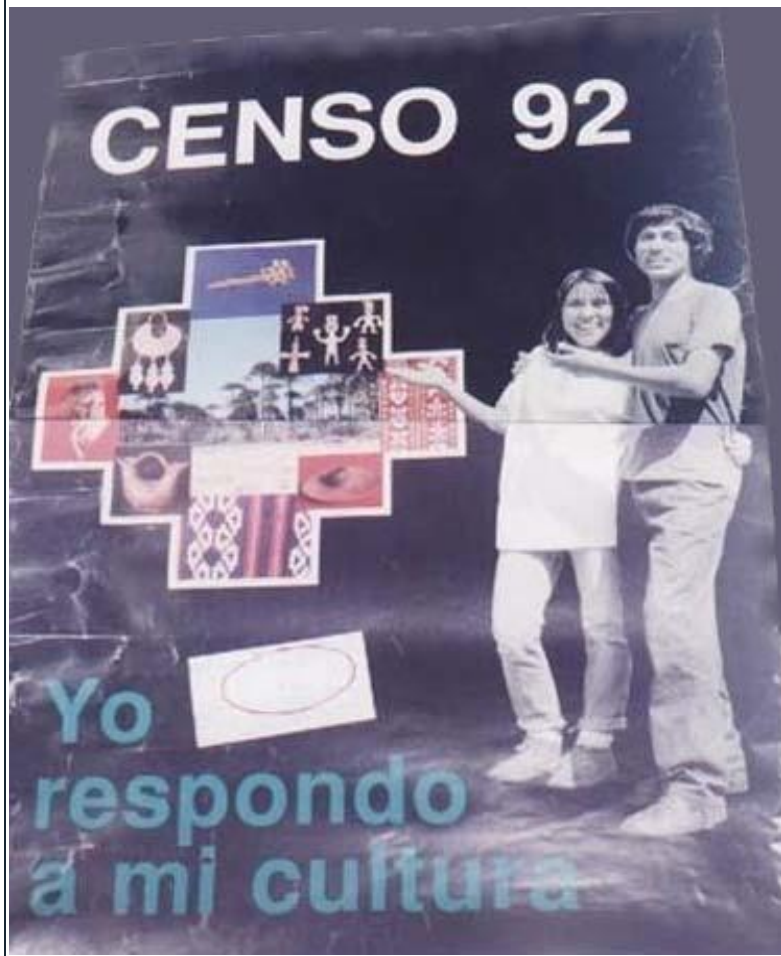
Banderas: icono Kultrun.

Soportes:

Afiche: Iconos: Flores


Murales: Iconos: Estrellas,  
Lunas, Sol, Cerros,  
Araucaria, Guerrero a  
caballo. Paisaje montañas  
"Alto Bio-Blo"

Banderas: Iconos: Estrellas



## ESQUEMAS REPRESENTACIONALES

Los iconos claves se agrupan estructuralmente para conformar significados de mayor complejidad y densidad. El mecanismo consiste en la asociación paradigmática que genera un determinado signo, logrando la vinculación de otros en un todo significativo. Es lo que la semiología llama un movimiento. Estas estructuras o esquemas paradigmáticos, son de una gran solidez semiótica en la estrategia icónica de las organizaciones mapuches, alcanzando una gran frecuencia de instalación (**esquema 5**).

<p><b>ESTRUCTURAS COMPLEJAS:</b></p> <p><b>a)</b> Dsomo = elementos: chamal, platería femenina, ikülla/ witrál, kupilwe, machi: kultrun, rewe, menkue</p> <p><b>b)</b> Weichafe = elementos: torso desnudo/ caballo/ lanza, weñu – boleadoras, lonko: trarilonko, makuñ, chiripa.</p> <p><b>b')</b> Leftraro Lautaro = elementos : torso desnudo/ caballo/ lanza – boleadoras/trarilonko</p> <p><b>c)</b> Kultrún = sol, luna estrella, vigas cósmicos</p> <p><b>d)</b> Rewe = peldaño, ramas de canelo <b>d')</b> Machi = kultrun, platería, vestimenta: ikülla, pañiseda, delantal.</p> <p><b>e)</b> Ruka = fogón</p> <p><b>f)</b> Pewen = monte- volcán</p> <p><b>h)</b> Palin = weñu chueca</p>		<p><b>Elementos complementarios</b></p> <p><b>a)</b> Diseños de vestuarios y de adornos: textiles, platería, artefactos...</p> <p><b>b)</b> Actividades: awín, trokin, machitun, purün,...</p> <p><b>c)</b> Artefactos en prácticas: cerámica, textilera, metalurgia, madera, piedra, cestería... <b>d)</b> Instrumentos musicales: pifilka, trutruka, cacho: kullkull,</p> <p><b>Símbolos complementarios</b></p> <p>Símbolos textiles: lukutuel, wirin, weluwitrau, willoz...</p> <p>Banderas: de nguillatún, de organizaciones.</p> <p>Grafemas emblemáticos : k, x, ng, x, alfabeto Marileo colores : /arco iris;/ /negro, blanco (amarillo)/; azul; rojo;</p>
---	--	--

**ESTRUCTURAS COMPLEJAS:**

**Opositivas**

A: mapuche/español

Lanza/espada

Desnudo/acorazado

trarilonko / morrión

B: mapuche/chileno

Bosque/represa

Campo/ciudad

Maquinas/instrumentos

Carabineros/comunidad I (mujeres, ancianos, niños)



### **La iconología del martillo**

Es como si todo el esfuerzo de las organizaciones mapuches de generación, instalación y difusión de los iconos de la identidad mapuche, operara como un martillo visual: el que golpea una y otra vez, sobre los mismos símbolos, incrustándolos, penetrando en la mente del observador. Introducen una específica y organizada imagen de lo mapuche, lo que se debe reconocer como los íconos del pueblo mapuche. Martilleo constante, sobre los mismos íconos: machi, rewe , kultun, weichafe, clava, ...

Este no se una esfuerzo de la conciencia por entregar significados precisos, lo que no significa que no se sepa lo que se muestra y porqué, al menos por los sabios diseñadores, ngeipin, sino de implantación de una identidad en imágenes, que deviene en étnica, y que debe incrustarse en un imaginario nacional, el chileno, al menos.

## **Bibliografía.**

- Austin, J.L. Como hacer cosas con palabras Editorial Paidós, Barcelona. 1998.
- Benveniste, E. Problemas de lingüística general II Siglo XXI Editores, México. 1978.
- Leach, E. Cultura y comunicación. La lógica de la conexión de los símbolos Siglo XXI Editores, Madrid. 1978.
- Mege, P. Actos de iconocidad. En Revista Chilena de Antropología Visual, <http://www.antropologíavisual.cl>. 2000.
- Goody, J. Representación y contradicción Editorial Paidós, Barcelona. 1999.
- Ortner, S On Key symbols American Anthropologist Volumen 75, # 5: 1338- 1346, Washington, D.C. 1973.